

공개특허특2000-004

(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)(51) Int. Cl. 6
G06F 17/60(11) 공개번호 특2000-004945
(43) 공개일자 2000년08월05일

(21) 출원번호 10-2000-0014736
(22) 출원일자 2000년03월23일

(71) 출원인 김장우
서울특별시 관악구 봉천동 1662-4
(72) 발명자 김장우
서울특별시 관악구 봉천동 1662-4
(74) 대리인 박승민
심사청구 : 있음

(54) 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성 방법

요약

본 발명은 사용자별 정보에 따라 광고와 상품정보를 페이지구성에 알맞도록 지능적으로 서버의 DB에서 추출해내고, 그 결과와 정보를 가지고 전자상거래 홈페이지를 구성하는 방법에 관한 것이다. 본 발명은, 네트워크를 통해 연결된 클라이언트-서버시스템에서 서버 측에서 전자상거래 페이지를 구성하는 방법으로서, 1) 기가입된 클라이언트는 ID와 패스워드를 입력하여로부터 사용자 인증을 받고, 신규가입 클라이언트는 회원이 되기 위해 서버가 필요로 하는 개인정보를 요구하는 개인정보노력란으로 들어가는 단계, 2) 신규가입한 사용자의 입장이 승인된 경우 서버는 개인정보를 이용하여 사용자마다 차별적인지를 구성하기 위한 사용자정보 DB를 구성하고, 기존회원 사용자가 입장할 경우에 서버는 사용자 ID를 가지고 사용자정보에서 각 사용자의 사용자정보를 얻는 단계, 3) 서버가 사용자에게 가장 권유하고 싶은 상품의 목록과 사용자들의 사용자정보에 가장 연관된 정보를 추출하는 단계, 4) 사용자를 위한 페이지를 구성하기 위한 정보준비가 완료되면 서버는 사용자에 알맞은 정보를 가진 동적 홈페이지를 구성하는 단계로 이루어진다.

대표도

도1

색인어

인터넷, 페이지, HTML, 전자상거래, 데이터베이스, 서버, 구분자, 친밀도

명세서**도면의 간단한 설명**

도1은 본 발명에 따른 전자상거래 페이지 구성방법의 전체 개요순서도.

도2는 사용자정보 입력창.

도3은 사용자정보 DB의 구분자 테이블.

도4는 상품정보.광고정보 추출 단계의 순서도.

도5a는 구분자 DB포함 단계의 DB구조도.

도5b는 친밀성을 가진 DB구분자 결정 단계의 DB구조도.

도5c는 구분자 정보를 포함한 상품정보 DB의 구조도.

도5d는 위치별 광고빈도 결정 과정의 순서도.

도6a는 동적페이지 정보구성 단계의 순서도.

도6b는 친밀도정보 추출과정의 순서도.

도7은 본 발명에 의해 생성된 주페이지의 화면구성도.

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야 종래기술

본 발명은 사용자별 정보에 따라 광고와 상품정보를 페이지구성에 알맞도록 지능적으로 서버의 DB에서 추출해내고, 그 결과와 정보를 가지고 전자상거래 홈페이지를 구성하는 방법에 관한 것이다.

인터넷 홈페이지(또는 단순히 "페이지")란 HTML(hypertext markup language)로 제작된 파일로서 서버에 저장되어 있다. 이를 통해 접근한 브라우저를 통해 표시되는 화상 미디어를 총칭하는 것으로서, 최근에 웹(WWW)을 통한 회사나 개인의 소는 전자상거래의 장이 되고 있다.

정보를 제공하는 운영자서버측에서 홈페이지를 이용하여 정보를 HTML 형식으로 제공하면, 각 사용자 클라이언트에서는 웹 브라우저 프로그램을 이용하여 서버의 홈페이지를 볼 수 있다. 이때에 대개의 경우에 서버에서 홈페이지 콘텐츠(contents)를 클라이언트에게 일방적 일률적으로 제공하고 있다.

발명이 이루고자 하는 기술적 과제

전자상거래 페이지에 사용자들이 접속했을 경우, 고객들은 상품과 광고의 정보중 자기가 관심있어 하는 부분과 자신이 풀고자 하는 정보를 찾기 위하여 시간과 노력을 소비하여야 한다. 하지만, 서버에서 사용자의 가입정보(지역과 나이, 관심분야, 직업 등)를 이용하여 동적으로 사용자마다 다른 페이지를 구성하여 준다면, 사용자들은 시간과 노력을 절약할 수 있고 보은 상품에 대한 구매욕구를 불러 일으킬 수 있을 것이다.

따라서, 본 발명의 목적은 사용자정보에 따라 사용자마다 다른 광고정보와 상품정보를 페이지구성에 알맞도록 지능적으로 서버의 DB에서 추출해내고, 광고가 표시되는 자리마다 다른 광고비가 누적되는 전자상거래 홈페이지를 구성하는 방법을 제시하는 것이다.

발명의 구성 및 작용

도1은 본 발명에 따른 전자상거래 페이지 구성방법의 전체적인 개요순서도이다. 사용자가 물건을 사기 위하여 브라우저를 통해 전자상거래 서버의 웹페이지에 들어오게 되는데, 보안과 회원정보를 제공받기 위하여 로그인을 하여야 한다.

1) 특정 URL 입력이나 다른 사이트로의 링크를 통하여 사용자들은 홈페이지 주관사의 로그인 페이지 정보를 서버에 요구되고[101], 요구를 받은 서버는 사용자에게 로그인 페이지를 제공하고 사용자의 승인 단계에서 대기한다.

2) 로그인 페이지에는 사용자 ID와 패스워드 입력 부분이 있고, 기존에 회원가입을 한 적이 있는 기존회원 사용자는 ID와 패스워드를 입력하여 서버로부터 사용자 인증을 받게 된다[201].

3) 로그인 페이지에서 신규가입인지 일반회원 사용자인지의 여부를 결정하고[103], 신규가입자는 회원이 되기 위해 서버(또는 홈페이지 주관사가) 필요로 하는 개인정보를 요구하는 개인정보 입력란으로 들어가게 된다[105].

개인정보 입력란은 도2와 같은 양식으로 형성될 수 있다. 원하는 사용자 ID와 패스워드, 주소, 주민등록번호, 학교나 회사 관심분야 등을 입력하도록 구성되어 있다. 개인정보 입력양식은 각 웹페이지마다 필요로 하는 정보가 다를 것이기 때문에 맞게 작성되고 있다.

4) 다시 도1로 돌아가서, 회원가입을 원하는 처음 입장한 사용자들은 개인정보 입력란에 자신들이 입력한 구체적인 정보(자가 원하는 ID와 패스워드, 주소, 주민등록번호, 성별, 직업 등의 사용자정보)를 가지고 서버의 승인을 요구하게 된다[11]. 서버는 사용자가 요구하는 정보를 분석하여 입력이 안되었거나 사용자가 거짓등록 하려 한다거나 ID 중복 등의 사유가 빌면, 승인거부와 함께 알림과 권유사항(정보요구 등)을 고객의 브라우저를 통하여 사용자에게 알린다[203].

처음 입장한 사용자의 정보와 ID가 승인이 된 경우 서버는 사용자 정보를 이용하여 지능적 사용자 페이지를 구성하기 위한 사용자정보 DB를 구성하고[205], 기존회원사용자가 입장할 경우에는 사용자 ID를 가지고 서버에게 요구하여 사용자정보 [서 각 사용자의 사용자정보를 얻게 된다[207]. 사용자정보 DB는 도3에서와 같은 예로 구성될 수 있다.

사용자정보를 가지고 있는 서버는 사용자에게 가장 권유하고 싶은 상품의 목록과 사용자들의 사용자정보에 가장 연관된 정보와 광고, 그리고 주관사의 게시물이나 사용자정보에 맞는 서비스를 준비한다[209]. 정보를 준비하는 단계에서 정보: 사용자의 페이지를 구성하고도 남음이 있을 경우에는 준비한 맞춤정보에서 서버가 임의로 페이지 구성분량을 넘는 광고와 를 제거해내고, 사용자의 페이지를 구성하기 위한 정보와 광고가 모자라게 될 경우 서버는 사용자의 관심정보와 밀접성을 진 정보와 광고를 추가로 준비하여야 한다.

4-1) 사용자에 맞는 정보와 광고를 추출하는 단계는 도4와 같은 방법으로 이루어진다. 사용자의 정보를 이용하여 사용자 가장 필요하고 효과적인 정보를 제공하기 위하여 사용자정보가 구분가능토록 구분요소를 가지고 있는 구분자의 데이터베이스와 상품의 링크 정보와 광고의 차별적 제공을 위하여 구분요소를 가지고 있는 정보의 데이터베이스가 필요하다.

구체적으로, 도4에서와 같이 서버의 사용자정보 DB(45), 상품정보 DB(47), 광고정보 DB(49)에 각 해당 정보들이 기록되어 있어서, 서버는 사용자가 로그인한 후 사용자의 정보가 구분요소에 의하여 구분자가 추가되어 데이터로 구성되면 사용자 버에서 접속을 끊을 때까지 사용자의 정보를 갖게 된다.

사용자정보, 광고정보, 상품정보의 데이터 포맷(형식)은 크게 헤더(header, 41)와 내용(content, 43)으로 구성되는데, 이에 각 정보의 속성을 나타내는 태그(인덱스)비트를 포함시킬 수 있다. 데이터베이스에 있어서의 헤더는 뒤에 붙는 데이터 내의 필드와 정보의 종류를 식별하기 위한 레코드를 일컫는다.

각 DB로부터 불러온 데이터로부터 헤더정보를 분리하고[401] 분리된 헤더정보를 서로 비교한다[403]. 이때 사용자정보 헤더정보(41a)와 상품정보 및 광고정보 데이터의 헤더정보(41b)를 서로 비교한다.

다음에 헤더 유사정보를 추출하여[405] 서로 일치하는 개수를 체크한다 [407]. 이는, 헤더정보를 필드의 순서에 따른 우위검색에 의하여 일치하는 정보를 골라내는 방법을 이용하여, 사용자정보의 헤더(41a)에 있는 구분자(identifier, 식별자)하여 이와 일치하는 헤더정보(41b)를 갖는 광고와 상품을 불러오면 된다. 본 발명에서, 사용자정보에는 사용자가 입력한 요소가 구분요소(구분자)별로 나뉘고 사용자의 추가 정보와 함께 구분요소가 헤더 정보에 추가되어 있다. 구분요소에는 편의를 위하여 우선순위가 정해져 있다(맨 앞의 정보가 가장 높은 우선순위로 검색되도록 한다).

사용자정보와 일치하는 광고, 상품정보를 모아서 사용자별 페이지를 구성할 자료를 준비한다[409]. 이때 사용자정보와 첨가 있는 친밀도정보 추출과정을 거쳐서 얻은 결과에 따라서도 자료를 준비한다[411]. 친밀도정보 추출과정은 도6b를 참조하여 아래에서 설명하기로 한다.

4-1-1) 위에서 설명한, 데이터에 구분요소를 포함하는 방법을 도5a를 참조하여 구체적으로 설명한다. 데이터에 구분요소 포함하기 위해서는 구분자의 결정[501]이 필요하다. 예를 들어, 지역적 운송비용 절감이나 지역적 유대감을 일으킬 수 있는 지역 정보, 나이별 상품의 차별제공을 위한 나이정보, 남성과 여성의 상품선택의 차이를 반영할 수 있는 성별정보, 직업증명서를 표현할 수 있는 직업정보, 그외 여러 가지 개인적인 관심사 등이 구분자에 포함될 수 있다. 각 구분요소(구분자)는 요소 데이터베이스의 각 테이블이 된다. 테이블(구분요소)을 구성한 후 각 구분요소는 홈페이지 구성을 위한 양적 균형을 여, 구분요소마다 친밀함의 성격을 띠어야 한다.

4-1-1-1) 구분자 결정에는 친밀도를 포함한 구분자코드 구성단계[503]와 상품 및 광고정보 DB에 구분자를 포함하는 단계[505]로 이루어진다.

도5b는 친밀성을 가진 DB 구분자 결정단계[503]의 데이터베이스 구조를 나타내는 것으로서, 각각의 구분자에 친밀도를 하는 과정을 나타내고 있다. 친밀성을 가진 테이블을 구성하기 위하여는 각 구분자(지역, 나이, 성별, 직업 등의 관심도 있는 정보)마다 친밀성의 기준을 정의해야 한다. 예를 들어, 나이라는 구분요소의 경우 10대, 20대, 30대 등의 정보 중 20대 10대 및 30대와 친밀성이 높은 것으로 판단하고 20대라는 필드의 앞 뒤에 10대와 30대를 위치시키고 연속적인 필드를 시킨다. 또 다른 예를 들자면, 지역적인 정보의 부분에서 서울과 경기는 지역적인 친밀도(밀접성)가 높은 것으로 판단하고 둘의 필드를 연속적으로 배열하여 코드에 친밀도의 성격을 주게 된다.

4-1-1-2) 친밀성을 부여한 구분요소(구분자)테이블이 구성되면, 상품정보와 광고정보에도 구분자코드(헤더정보)를 주어 한다[505]. 이에 따른 데이터베이스 구성을 도5c에 나타내었다. 광고주로부터 광고요구를 받거나 상품의 판매를 의뢰 빙 상품명, 가격, 상품설명, 제공자, 특이사항 등의 상품정보로부터, 겨냥 지역과 겨냥 나이층, 상품과 광고의 업종 등의 이해 높은 구분요소의 적합 코드를 포함하여 새로운 상품, 광고정보를 생성하게 된다. 상품정보와 광고정보의 입력만으로 상품정보와 광고정보를 구분자를 포함하여 저장하게 되는 프로세스를 사용자정보를 사용자의 정보를 구분자에 의하여 구분하고 저장하는 과정과 같은 방법으로 구성할 수 있다.

4-1-2) 상품정보와 광고정보는 유사하게 구분자를 포함하게 되지만, 광고의 경우 광고비를 받아서 광고를 요구받는다는 성으로 인하여, 전체광고비의 정보와 현재광고비의 정보가 추가된다. 따라서, 도5d와 같이 광고빈도에 따른 광고 게시의 과정(위치별 광고제한결정 과정)이 필요하다.

광고비를 결정하여 광고주로부터 광고를 수주한다[507]. 광고위치별로 광고의 단가가 결정된다[509]. 페이지의 위치마다 정해진 광고비의 위치별 단가에 따라서 랜덤으로 자리가 정해지기 때문에 각 인터넷 사용자마다 임의로 다른광고가 될 것이다[511]. 사용자의 홈페이지 광고가 등록이 되면 광고비를 계산하여[513], 현재 광고가 위치한 광고단가를 현재광고비 필드에 현재광고비를 추가하여 계산한다(현재광고비=위치별 단가+현재광고비). 전체광고비를 초과하기 전까지 광고를 계속적으로 임의의 사용자 페이지의 위치에 정하여 진다[515].

임의적 위치라는 관점에서 대규모의 업체가 아닐 경우일지라도 가장 비싼 광고를 할 수 있게 되고, 다른 구성으로 광고가 하기 때문에 사용자들은 지루함을 느끼지 않게 된다.

5) 다시 도1로 돌아간다. 이렇게 사용자를 위한 페이지를 구성하기 위한 정보와 광고 준비가 완료되면[211] 준비된 광고품정보, 게시물을 가지고 서버는 사용자에 가장 알맞은 정보를 가진 동적 홈페이지를 구성(도6a, 동적페이지 정보 구성)[107].

5-1) 도6a는 본 발명에 따른 동적페이지 정보 구성 단계를 나타내는 순서도이다. 사용자정보 DB로부터 인출한 사용자정보와 상응하는 정보와 광고를 준비한다[601]. 이는 서버에 구축된 광고정보 DB와 상품정보 DB에 사용자정보의 구분자를 이용하여 상응하는 광고.상품정보를 요청(query)하여 이루어진다.

상품.광고정보의 준비가 완료되었으면[602], 게시물 등이 표시되는 주페이지와 상품정보 페이지, 광고정보 페이지가 구어[603] 사용자별로 차별성 있는 홈페이지가 구성된다[605]. 만일, 상품.광고정보가 부족할 경우에는[604] 친밀도정보 추출하는 과정[411]이 추가되어 추가로 상품.광고정보를 포함하여 홈페이지를 구성한다.

5-1-1) 친밀도정보 추출과정[411]은 도4에서도 언급한바 있는데, 도6b를 참조하여 설명한다. 상품.광고정보의 수가 부경우에 본 친밀도정보 추출과정이 이루어지는데, 도6a의 단계 604에서 부족개수가 판정되면[609] 헤더 친밀도정보를 쳐여[611] 친밀도 정보코드의 차이가 최소가 되는 정보를 광고.상품정보 DB에서 선택하여 인출한다[613]. 친밀도를 갖는 터베이스 구성은 도5b에서 설명한바 있다.

5-1-2) 이렇게 사용자별로 차별성 있게 구성된 전자상거래 페이지의 주페이지의 일례를 도7에 나타낸다.

위치별로 광고의 단가가 다르게 책정되어 있음을 알 수 있다. 이와 같이 구성된 사용자별 페이지에서 각 사용자들은 자신 차별적으로 제공되는 정보를 접하며 인터넷 향해를 할 수 있게 된다.

발명의 효과

본 발명에 따르면, 서버에서 사용자의 가입정보(지역과 나이, 관심분야, 성별, 직업 등)를 이용하여 동적으로 사용자마다 페이지를 구성하여 줄 수 있기 때문에, 사용자들은 시간과 노력을 절약할 수 있고 보다 많은 상품의 구매욕구를 불러 일으킬 수 있으며, 전자상거래 페이지에 사용자들이 접속했을 경우 고객들이 상품과 광고의 정보 중 자기가 관심 있어 하는 부분 신이 필요 하는 정보를 찾기 위하여 시간과 노력을 소비하지 않아도 될 것이다. 또한, 위치별 광고비 계산방법에 의하여 인터넷광고비에 객관성과 공정성을 유지할 수 있다.

(57) 청구의 범위

청구항1

네트워크를 통해 연결된 클라이언트-서버 시스템에서 서버측에서 전자상거래 페이지를 구성하는 방법으로서,

- 1) 기가입된 클라이언트는 ID와 패스워드를 입력하여 서버로부터 사용자 인증을 받고, 신규가입 클라이언트는 회원이 되어 서버가 필요로 하는 개인정보를 요구하는 개인정보 입력란으로 들어가는 단계,
- 2) 신규가입한 사용자의 입장이 승인된 경우 서버는 개인정보를 이용하여 사용자마다 차별적인 페이지를 구성하기 위한 자정보 DB를 구성하고, 기존회원 사용자가 입장할 경우에 서버는 사용자 ID를 가지고 사용자정보 DB에서 각 사용자의 정보를 얻는 단계,
- 3) 서버가 사용자에게 가장 권유하고 싶은 상품의 목록과 사용자들의 사용자정보에 가장 연관된 정보를 추출하는 단계,
- 4) 사용자를 위한 페이지를 구성하기 위한 정보준비가 완료되면 서버는 사용자에 가장 알맞은 정보를 가진 동적 홈페이지를 구성하는 단계를 포함하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항2

청구항 1에서, 3) 사용자에 맞는 정보를 추출하는 단계에서 정보가 사용자의 페이지를 구성하고도 남음이 있을 경우에는 한 맞춤정보에서 서버가 임의로 페이지 구성분량 만큼의 광고와 정보를 추출해내고, 사용자의 페이지를 구성하기 위한 광고가 모자라게 될 경우 서버는 사용자의 관심정보와 밀접성을 가진 정보와 광고를 준비하는 것을 특징으로 하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항3

청구항 1에서, 3) 사용자에 맞는 정보를 추출하는 단계는

사용자정보, 광고정보, 상품정보의 헤더에 구분요소를 포함시키는 단계,

사용자정보, 광고정보, 상품정보 DB로부터 불러온 데이터로부터 헤더정보를 분리하고 사용자정보 데이터의 헤더정보와 상보 및 광고정보 데이터의 헤더정보를 서로 비교하는 단계,

헤더 유사정보를 추출하여 서로 일치하는 개수를 체크하는 단계,

사용자정보와 일치하는 광고, 상품정보를 모아서 사용자별 페이지를 구성할 자료를 준비하는 단계를 포함하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항4

청구항 3에서, 사용자별 페이지를 구성할 자료를 준비하는 단계와 더불어, 사용자정보와 친밀도가 있는 친밀도정보 추출을 거쳐서 얻은 결과에 따라서도 자료를 준비하는 단계가 추가되는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항5

청구항 3 또는 4에서, 데이터에 구분요소를 포함하는 방법은

친밀도를 포함한 구분자코드 구성단계[503],

상품 및 광고정보 DB에 구분자를 포함하는 단계[505]로 이루어지는 것을 특징으로 하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항6

청구항 5에서, 광고빈도에 따른 광고 게시의 결정과정(위치별 광고제한결정 과정)이 추가로 포함되는데, 이는

광고비를 결정하여 광고주로부터 광고를 수주하는 단계[507],

광고위치별로 광고의 단가를 결정하는 단계[509],

사용자의 홈페이지 광고가 등록이 되면 광고비를 계산하여 현재 광고가 위치한 광고단가를 현재의 광고비 필드에 현재광고비를 추가(현재광고비=위치별 단가+현재광고비)하는 단계[513]를 포함하여 구성되는 것을 특징으로 하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항7

청구항 1~4 또는 6 중 어느 한 항에서, 동적페이지 정보 구성 단계는

사용자정보 DB로부터 인출한 사용자정보에 상응하는 정보와 광고를 준비하는 단계[601]와, 상품.광고정보의 준비가 완료되었으면[602], 게시물 등이 표시되는 주페이지와 상품정보 페이지, 광고정보 페이지가 구어[603] 사용자별로 차별성있는 홈페이지를 구성하는 단계[605]를 포함하되,

상품.광고정보가 부족할 경우에는[604]

단계 604에서 부족개수가 판정되면[609] 헤더 친밀도정보를 체크하여[611] 친밀도 정보코드의 차이가 최소가 되는 정보광고.상품정보 DB에서 선택하여 인출하는[613] 친밀도 정보 추출과정[411]이 추가되는 것을 특징으로 하는 사용자 차별전자상거래 페이지 구성방법.

청구항8

청구항 5에서, 동적페이지 정보 구성 단계는

사용자정보 DB로부터 인출한 사용자정보에 상응하는 정보와 광고를 준비하는 단계[601]와, 상품.광고정보의 준비가 완료되었으면[602], 게시물 등이 표시되는 주페이지와 상품정보 페이지, 광고정보 페이지가 구어[603] 사용자별로 차별성있는 홈페이지를 구성하는 단계[605]를 포함하되,

상품.광고정보가 부족할 경우에는[604]

단계 604에서 부족개수가 판정되면[609] 헤더 친밀도정보를 체크하여[611] 친밀도 정보코드의 차이가 최소가 되는 정보광고.상품정보 DB에서 선택하여 인출하는[613] 친밀도 정보 추출과정[411]이 추가되는 것을 특징으로 하는 사용자 차별전자상거래 페이지 구성방법.

청구항9

청구항 4 또는 6에서, 상품.광고정보가 부족할 경우에[604] 부족개수가 판정되면[609] 헤더 친밀도정보를 체크하여[611] 친밀도 정보코드의 차이가 최소가 되는 정보를 광고.상품정보 DB에서 선택하여 인출하는[613] 친밀도 정보 추출과정[411]이 추가되는 것을 특징으로 하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항10

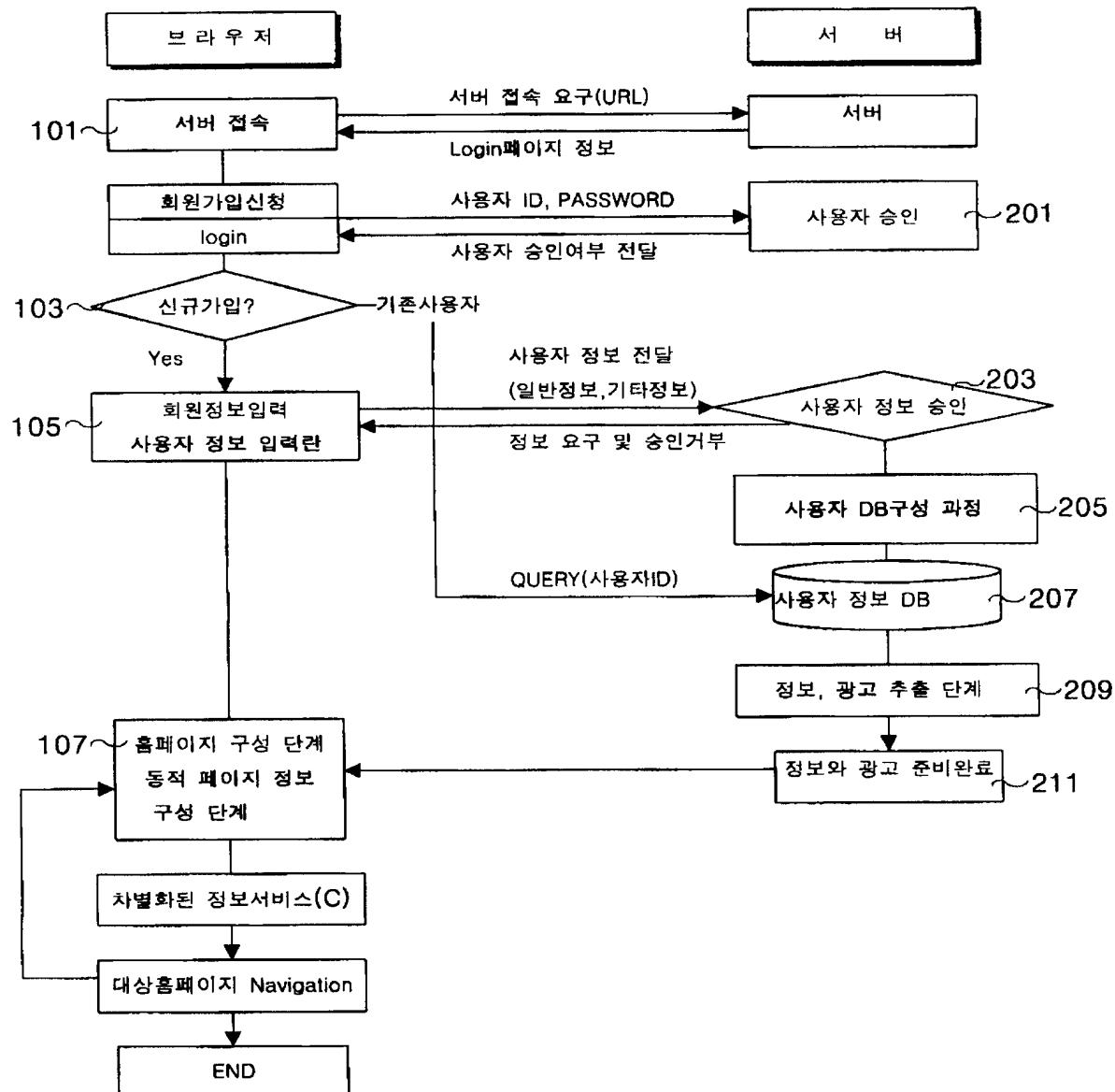
청구항 5에서, 상품.광고정보가 부족할 경우에[604] 부족개수가 판정되면[609] 헤더 친밀도정보를 체크하여[611] 친밀도 정보코드의 차이가 최소가 되는 정보를 광고.상품정보 DB에서 선택하여 인출하는[613] 친밀도 정보 추출과정[411]이 추가되는 것을 특징으로 하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

청구항11

청구항 7에서, 상품.광고정보가 부족할 경우에[604] 부족개수가 판정되면[609] 헤더 친밀도정보를 체크하여[611] 친밀도 정보코드의 차이가 최소가 되는 정보를 광고.상품정보 DB에서 선택하여 인출하는[613] 친밀도 정보 추출과정[411]이 추가되는 것을 특징으로 하는 사용자 차별적 전자상거래 페이지 구성방법.

도면

도면1



도면2

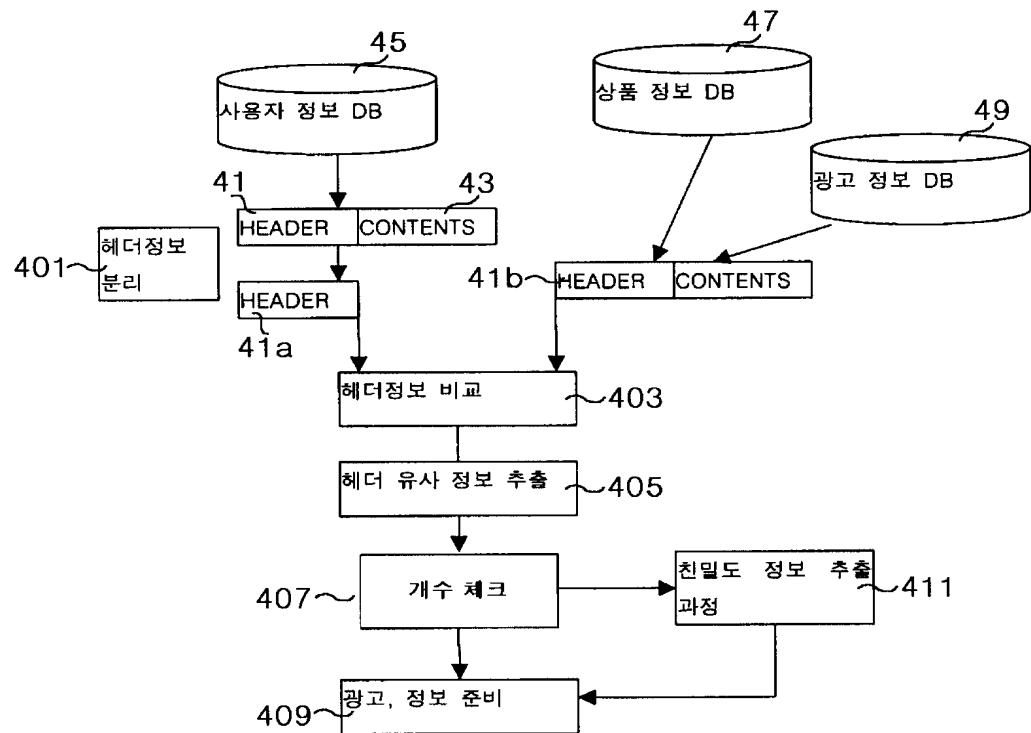
사용자 ID		
PASSWORD		
주소		
주민등록번호	우편번호:	
학교/회사		
관심분야: 1차;	2차;	3차;
...		
...		

도면3

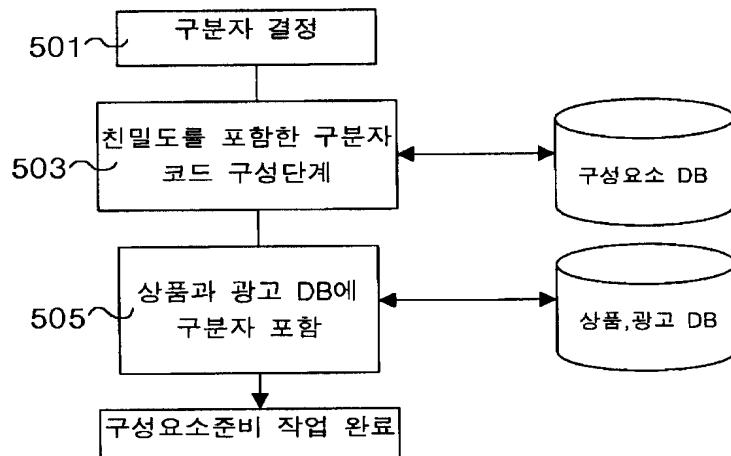
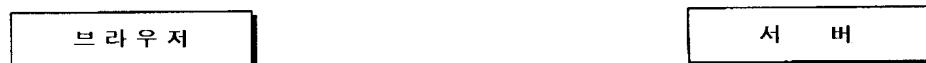
구분자 테이블

나이	27
지역	서울
성별	남
학교/회사	포그시스템
관심분야	컴퓨터,...
...	
...	

도면4



도면 5a



도면 5b

대분류 지역CODE

강원	00
서울	01
경기	02
충북	03
...	...

소분류 근접성 지역CODE

...	...
강남구	055
서초구	056
동작구	057
...	...

근접성정보
유사 배열

->

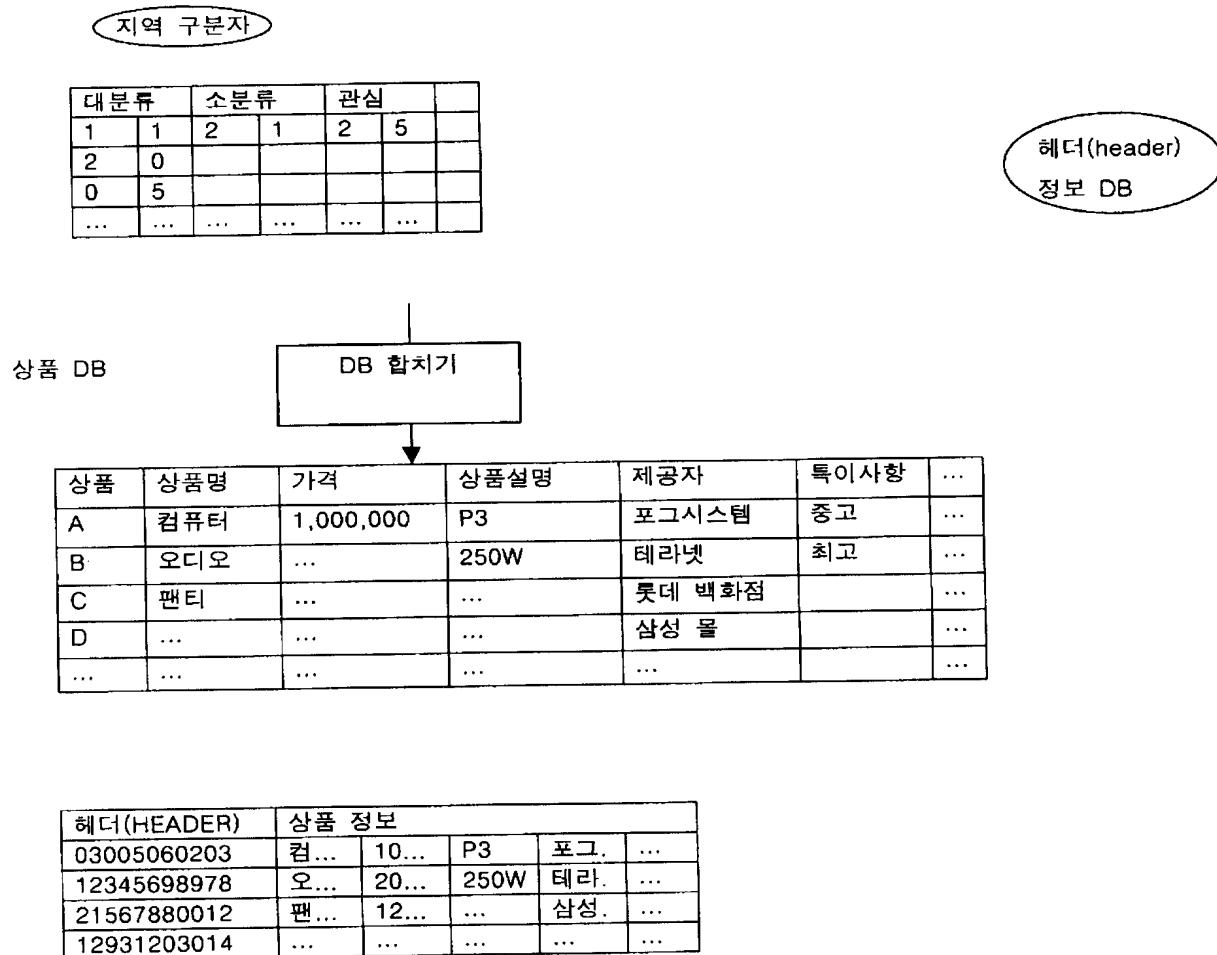
전체지역CODE

지역대분류	지역소분류	...
00	001	...
00	002	...
...
05	043	...
...
68	150	...
...

나이에 대한 친밀정보 CODE

10	1
20	2
30	3
40	4
...	...

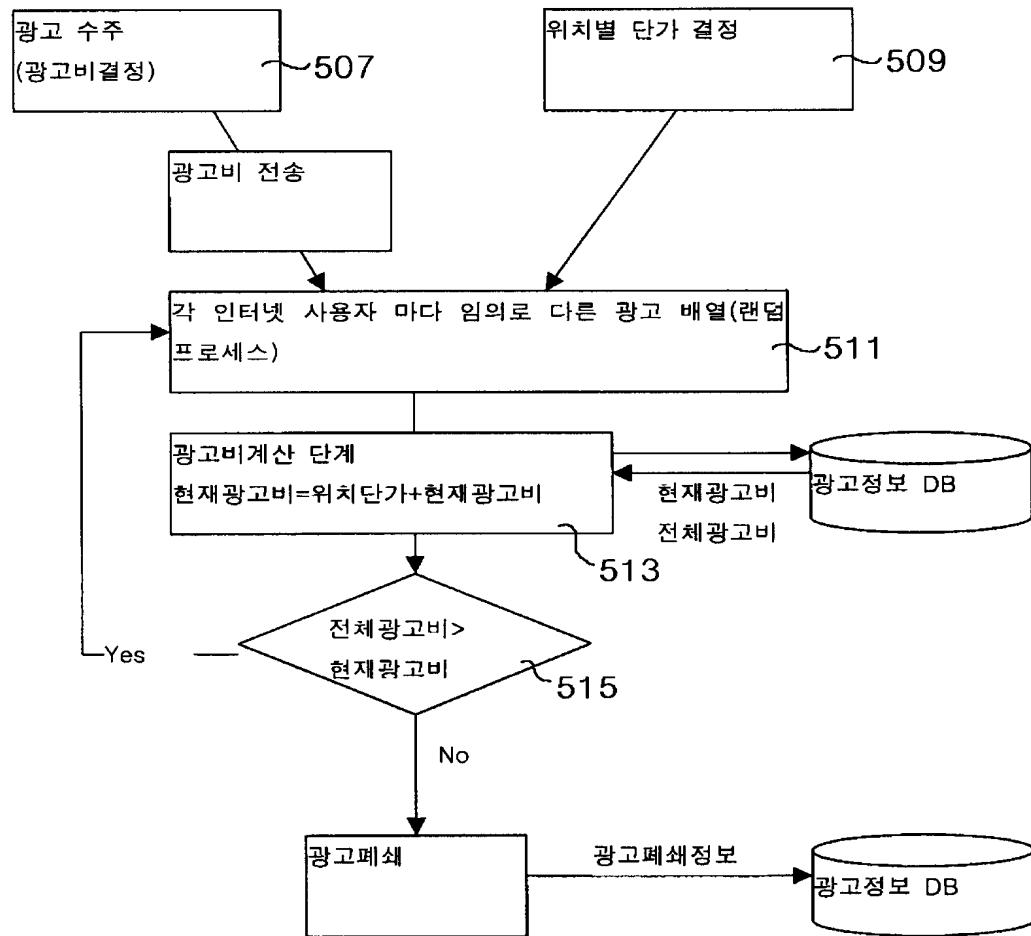
도면5c



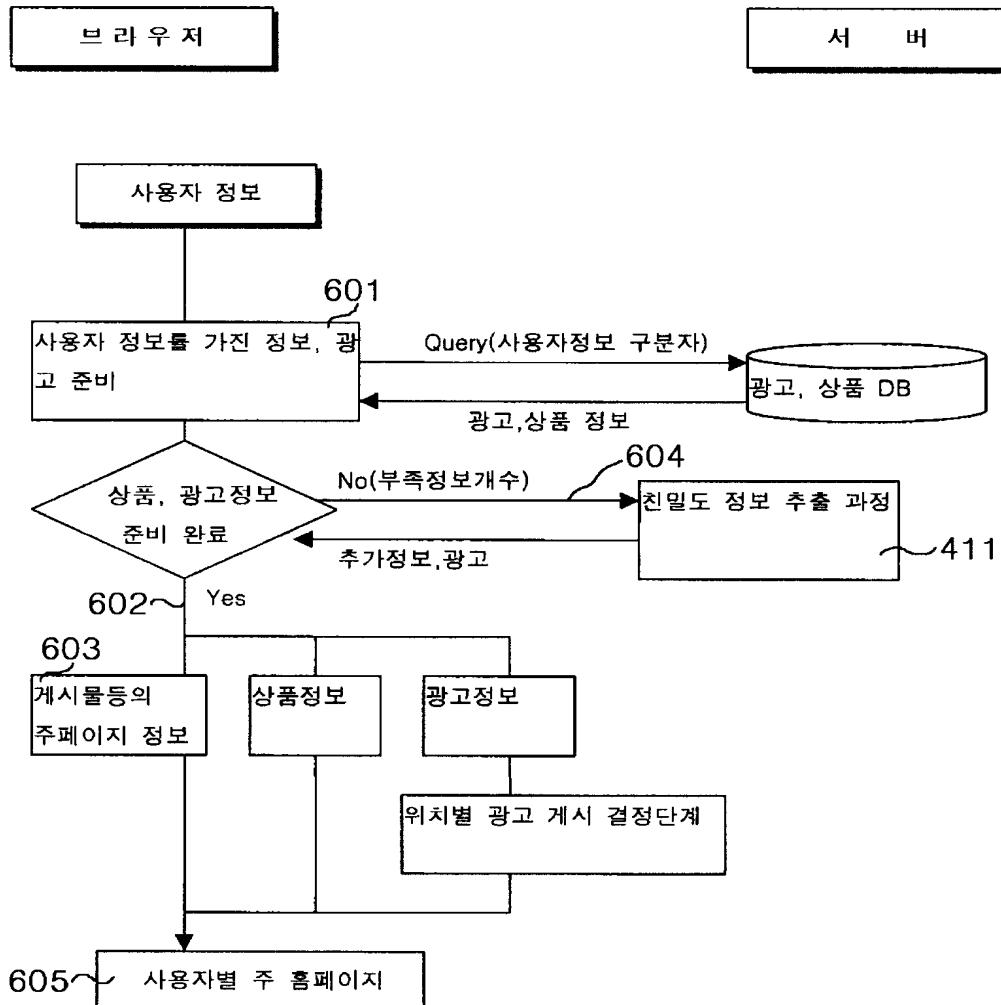
도면 5d

브라우저

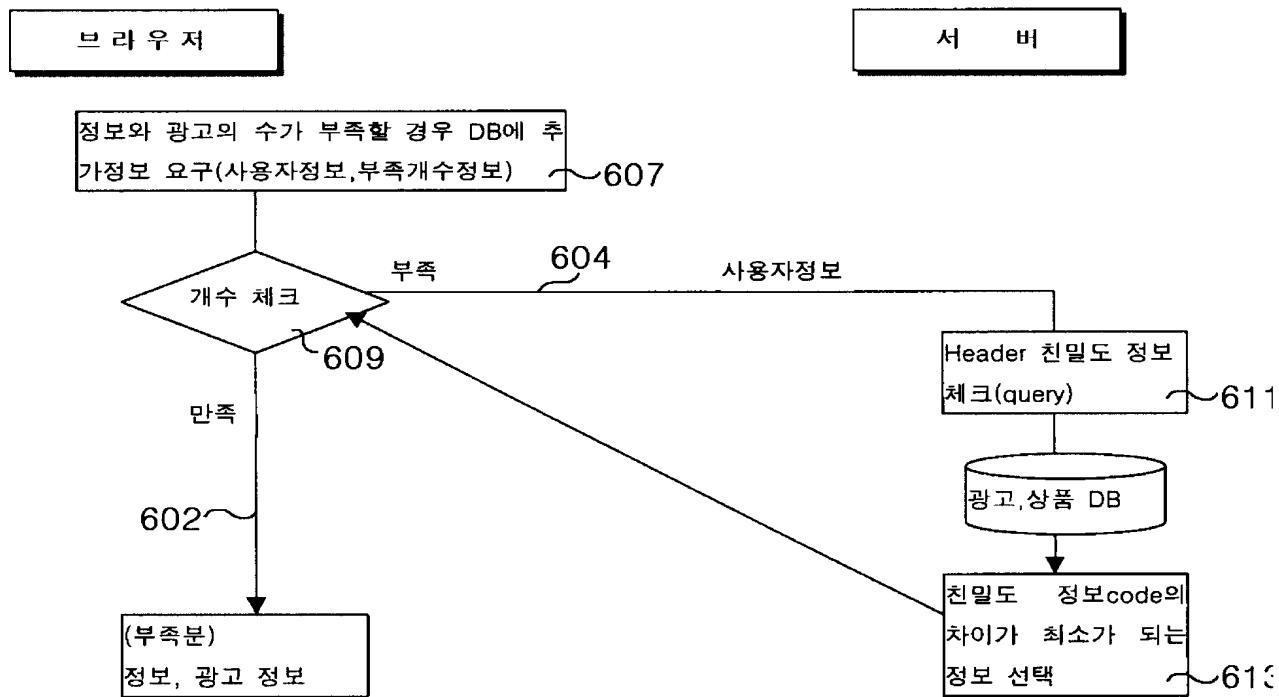
서 버



도면6a



도면6b



도면7

광고 80원	광고비 150원	홈페이지 제작사 로고 검색란 <input type="text"/> <input type="button" value="확인"/>	광고비 100원
광고비 80원			광고비 80원
광고비 80원			광고비 50원
광고비 50원			광고비 50원
광고비 50원		게시란 홈페이지 제작사 정보 홈페이지 주관사 정보,...	광고비 30원